

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงของ  
ผู้ใช้บริการในพื้นที่เมืองพัทยา จ. ชลบุรี

ทศชญา ดาราพิสุทธิ์

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

คณะกรรมการและท่งเกี่ยวข้อง มหาวิทยาลัยบูรพา

มิถุนายน 2555

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

อาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบปากเปล่างานนิพนธ์ ได้พิจารณางานนิพนธ์  
ของ ทัดชญา ดาราพิสุทธิ์ ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม หลักสูตรปริญญา  
การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

อาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์



.....กรรมการ

(ดร.สมบัติ ชำรงสินถาวร)

คณะกรรมการสอบปากเปล่างานนิพนธ์



.....ประธาน

(รองศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชชาติ สุนทรสมัย)



.....กรรมการ

(ศาสตราจารย์ ดร.อุทิศ ศิริวรรณ)



.....กรรมการ

(ดร.สมบัติ ชำรงสินถาวร)

คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยวอนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม  
ของมหาวิทยาลัยบูรพา



.....คณบดีคณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พชณี นนทศักดิ์)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.2555

## ประกาศคุณูปการ

งานนิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จได้ด้วยดี ก็ด้วยความอนุเคราะห์ ช่วยเหลือจากผู้มีพระคุณ หลายท่านที่ได้ให้คำปรึกษา ชี้แนะแนวทาง และตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างดี ท่านที่มีพระคุณท่านแรกที่ขอระลึกถึง คือ ดร.สมบัติ ชำรงสินถาวร อาจารย์ที่ปรึกษาคนคือ อิศระฉบับนี้ ที่ท่านได้ให้คำปรึกษา ให้คำแนะนำ และแนวทางที่ถูกต้อง ตั้งแต่เริ่มต้นหัวข้อการวิจัย การวิเคราะห์ผล จนกระทั่งสำเร็จเป็นวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คณะการจัดการและการท่องเที่ยว ที่สอนในระดับปริญญาโททุกท่าน โดยเฉพาะรองศาสตราจารย์ ดร. วุฒิชชาติ สุนทรสมัย ประธานหลักสูตร รวมทั้งเจ้าหน้าที่โครงการปริญญาโท ที่ช่วยประสานงาน และอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ แก่ข้าพเจ้าเสมอมา และทุกท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือในการตอบแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เพื่อความสมบูรณ์ของงานวิจัย นอกจากนี้ ขอขอบพระคุณผู้ที่ให้ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

งานนิพนธ์ฉบับนี้ อาจไม่สามารถสำเร็จลุล่วงไปด้วยดีได้ หากปราศจากกำลังใจและความช่วยเหลือจากสมาชิกทุกคนในครอบครัว คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากการวิจัยนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นสิ่งบูชาพระคุณของบิดา มารดา รวมถึงคุณครู อาจารย์ และผู้มีพระคุณของผู้วิจัยทุกท่าน และหวังว่างานนิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาและผู้ประกอบการต่อการศึกษาและผู้ประกอบการต่อไป

ทัตชญา ดาราพิสุทธิ

53921191: สาขาวิชา: การจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม; กจ.ม.

(การจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม)

คำสำคัญ: ปัจจัยประสมทางการตลาด/ การตัดสินใจ/ ธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยง/ ผู้ใช้บริการ/  
พื้นที่เมืองพัทยา / จังหวัดชลบุรี

ทัตธญา คาราพิสุทธิ : การศึกษาส่วนปัจจัยประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงของผู้ใช้บริการในพื้นที่เมืองพัทยา จ. ชลบุรี (THE EFFECT OF MARKETING-MIX FACTORS TO THE CONSUMER'S BUYING DECISION IN PET SERVICE BUSINESS IN PATTAYA, CHONBURI) อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์: ดร.สมบัติ รำรังสินถาวร, DBA, 109 หน้า, ปี พ.ศ. 2555.

การวิจัยเรื่อง การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงของผู้ใช้บริการในพื้นที่เมืองพัทยา จ. ชลบุรี การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างโอกาสและแนวทางการพัฒนาตลาดธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงในพื้นที่เมืองพัทยา จังหวัด ชลบุรี เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงของผู้บริโภคในพื้นที่ เมืองพัทยา จังหวัด ชลบุรี และ เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการพัฒนาตลาดธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงในพื้นที่ เมืองพัทยา จังหวัด ชลบุรี โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถามซึ่งคำถามจะแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 เป็นการสอบถามข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 เป็นการสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงในพื้นที่เมืองพัทยา และ ส่วนที่ 3 เป็นการสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงในพื้นที่เมืองพัทยา โดยศึกษาปัจจัย 8 ด้าน ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ 2) ปัจจัยด้านการบริการ 3) ปัจจัยด้านราคา 4) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 5) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด 6) ปัจจัยด้านบุคลากร 7) ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ และ 8) ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของประชากร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุอยู่ระหว่าง 21 - 30 ปี โดยมีสถานภาพสมรส ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มากที่สุด ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยเดือนละ 20,000 - 30,000 บาท กับ 30,001 - 40,001 บาท และมีระดับการศึกษาปริญญาตรี มากที่สุด

พฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้านดูแลสัตว์เลี้ยงในพื้นที่เมืองพัทยา สรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่นิยมเลี้ยงสัตว์ประเภทสุนัข โดยมีจะเลี้ยงสัตว์เลี้ยงครั้งละเพียง 1 ตัว คือ

โฆษณาที่ผู้ใช้บริการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับร้านให้บริการดูแลสัตว์ มากที่สุดคือ แผ่นป้ายโฆษณา ร้านดูแลสัตว์ที่ผู้ใช้บริการมักจะไปใช้บริการคือ ประเภทคลินิกรักษาสัตว์ และจะนำสัตว์เลี้ยงไปใช้บริการด้วยตัวเอง ไปด้วยตนเอง ส่วนความถี่ในการนำสัตว์เลี้ยงไปตรวจสุขภาพส่วนใหญ่คือ ทุก 3 เดือน ผู้ใช้บริการเกือบทั้งหมดนำสัตว์เลี้ยงของตนไปรับวัคซีนป้องกันพิษสุนัขบ้าแล้ว วันที่ช่วงเวลา และการบริการที่ผู้ใช้บริการนิยมใช้บริการร้านดูแลสัตว์คือ วันเสาร์ ช่วงเย็น (ตั้งแต่เวลา 17.00 – จนร้านปิด) นำสัตว์เลี้ยงมารักษาอาการป่วย มากที่สุด และ ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแต่ละครั้งได้แก่ 301 – 500 บาท โดยจะมีระยะเวลาในการใช้บริการแต่ละครั้งมากกว่า 40 นาที

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยง พบว่า ผู้ใช้บริการมีความสนใจปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยง ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่ผู้ใช้บริการมีความสนใจมากที่สุดคือ ด้านราคา รองลงมาคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กับ ด้านกระบวนการ ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ใช้บริการมีความสนใจน้อยที่สุด

49925168: MAJOR: MASTER OF MANAGEMENT IN SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES MANAGEMENT: M.M. (MANAGEMENT IN SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES MANAGEMENT)

KEYWORDS: MARKETING MIX / DECISION / THE PET'S SHOP / SERVICING / PATTHAYA AREA / CHONBURI PROVINCE

TACHAYA DARAPISUT : CASE STUDY OF MARKETING MIX EFFECTED TO MAKING DECISION SERVICING OF THE PET'S SHOP IN PATTHAYA AREA CHONBURI PROVINCE. ADVISOR: DR.SOMBAT THUMRONGSINTHAWORN, D.B.A. 109 P. 2012.

Researching the Case study of marketing mix effected to making decision servicing of the pet's shop in Pattaya area Cholburi province. This research has purposed to make new opportunity and possible way to develop the market of pet's shop service in Pattaya area Cholburi province. And study factor of marketing mix effected to develop the pet's shop service in Pattaya area Cholburi province. Through the tools of this research is questionnaire information provided three parts such as Part I inform data based from questionnaire. Part II inform behavioural customers of pet's shop service in Pattaya area. And part III inform of the marketing mix effected to service of the pet's shop in Pattaya area . By study total eight factors such as 1) product factor 2) service factor 3) cost factor 4) distribution factor 5) marketing factor 6) personnel factor 7) managing factor and 8) physical factor. These research are evaluated such as Personnel factor is majority of students. They are mostly women of 21 - 30 years old. Married status. Average income of 20,000 -- 30,000 baht a month and of 30,001 – 40,001 baht a month. They graduated bachelor program most.

Behavioural customers decision of pet's shop service in Pattaya area. They have pet of dogs. They have a dog a time of each as usual. The most advertising media of pet's shop inform to customers are plate and poster. Customers always service in the kind of pet clinic. They will bring pets by themselves. General service of every three months a time. Almost of customers will bring pets to inject hydrophobia vaccine. The most of business hour will service every Saturday

at 5:00 pm through time shop is up. The most dogs were cured the symptom of sickness. The expense of service each is 301 – 500 baht. Timing of service each by 40 minutes.

Factor of marketing mix effected to making decision servicing of the pet's shop in the whole picture by customers are pet's shop service. The most interesting factor is cost. The secondary is distribution and managing. And the minority is product factor.

มหาวิทยาลัยบูรพา  
Burapha University

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	ง
สารบัญ .....	ฉ
สารบัญตาราง .....	ช
บทที่	
1 บทนำ .....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย .....	3
สมมติฐานของการวิจัย .....	3
กรอบแนวคิดในการวิจัย .....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย .....	5
ขอบเขตของการวิจัย .....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	6
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	8
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกใช้บริการ ธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยง .....	8
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ .....	20
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	26
3 วิธีดำเนินการวิจัย .....	30
รูปแบบการศึกษา .....	30
ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง .....	31
การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	32
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	32
การสร้างเครื่องมือและทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	33
วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล .....	35
การวิเคราะห์ข้อมูล .....	34



## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิจัย.....	36
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์.....	36
การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	37
ผลการศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้านดูแลสัตว์เลี้ยงใน พื้นที่เมืองพัทยา.....	39
ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการ ตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยง.....	44
การทดสอบสมมติฐาน.....	52
5 อภิปรายและสรุปผล.....	85
สรุปผลการวิจัย.....	86
อภิปรายผลการวิจัย.....	89
ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้.....	91
ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	92
บรรณานุกรม.....	93
ภาคผนวก.....	95
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	95
ภาคผนวก ข ข้อมูลเมืองพัทยา.....	102
ประวัติย่อของผู้วิจัย.....	109

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4-1 แสดงจำนวน และคำร้อยละ จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของ ผู้ตอบแบบสอบถาม.....	37
4-2 แสดงจำนวน และคำร้อยละ จำแนกตามพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้าน ดูแลสัตว์เลี้ยงในพื้นที่เมืองพัทยา.....	39
4-3 แสดงจำนวน และคำร้อยละ จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยง ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวม และรายด้าน .....	44
4-4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงของ ผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านผลิตภัณฑ์.....	45
4-5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยง ของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านบริการ.....	46
4-6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยง ของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านราคา .....	47
4-7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยง ของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย.....	47
4-8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการ ตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการ ส่งเสริมการตลาด.....	48
4-9 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยง ของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้าน บุคลากร .....	49

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4-10	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงของ ผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านกระบวนการ .....	50
4-11	ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงของ ผู้ตอบแบบสอบถามด้านลักษณะทางกายภาพ .....	51
4-12	ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยง ของผู้ใช้บริการจำแนกตามเพศ .....	52
4-13	ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงของ ผู้ใช้บริการจำแนกตามอายุ .....	53
4-14	การเปรียบเทียบรายคู่ การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงของผู้ใช้บริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามช่วงอายุ .....	54
4-15	การเปรียบเทียบรายคู่ การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงของ ผู้ให้บริการด้านบุคลากร จำแนกตามช่วงอายุ .....	55
4-16	การเปรียบเทียบรายคู่ การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงของ ผู้ให้บริการด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามช่วงอายุ .....	56
4-17	ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงของผู้ใช้บริการ จำแนกตามสถานภาพ .....	57
4-18	การเปรียบเทียบรายคู่ การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงของ ผู้ให้บริการด้านภาพรวม จำแนกตามสถานภาพ .....	58

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4-19 การเปรียบเทียบรายคู่ การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงของผู้ ใช้บริการด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสถานภาพ.....	59
4-20 การเปรียบเทียบรายคู่ การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงของผู้ใช้บริการ ด้านบริการ จำแนกตามสถานภาพ .....	59
4-21 การเปรียบเทียบรายคู่ การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงของผู้ใช้บริการ ด้านราคา จำแนกตามสถานภาพ .....	60
4-22 การเปรียบเทียบรายคู่ การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงของผู้ใช้บริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามสถานภาพ.....	61
4-23 การเปรียบเทียบรายคู่ การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงของผู้ ใช้บริการด้านบุคลากร จำแนกตามสถานภาพ.....	61
4-24 การเปรียบเทียบรายคู่ การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงของผู้ใช้บริการด้านกระบวนการ จำแนกตามสถานภาพ .....	62
4-25 การเปรียบเทียบรายคู่ การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงของผู้ใช้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามสถานภาพ .....	63
4-26 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยง ของผู้ใช้บริการ จำแนกตามอาชีพ .....	64

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4-27 การเปรียบเทียบรายคู่ การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงของผู้ใช้บริการด้านภาพรวม จำแนก ตามอาชีพ .....	65
4-28 การเปรียบเทียบรายคู่ การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงของผู้ ใช้บริการด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ .....	66
4-29 การเปรียบเทียบรายคู่ การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงของ ผู้ให้บริการด้านบริการ จำแนกตามอาชีพ .....	68
4-30 การเปรียบเทียบรายคู่ การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงของผู้ใช้บริการ ด้านราคา จำแนกตามอาชีพ .....	69
4-31 การเปรียบเทียบรายคู่ การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงของผู้ใช้บริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอาชีพ .....	70
4-32 การเปรียบเทียบรายคู่ การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงของ ผู้ให้บริการด้านบุคลากร จำแนกตามอาชีพ .....	72
4-33 การเปรียบเทียบรายคู่ การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงของ ผู้ให้บริการด้านกระบวนการ จำแนกตามอาชีพ .....	73
4-34 การเปรียบเทียบรายคู่ การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงของผู้ใช้บริการด้านลักษณะทาง กายภาพ จำแนกตามอาชีพ .....	74

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4-35 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบการศึกษายิงจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยง ของผู้ใช้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน .....	75
4-36 การเปรียบเทียบรายคู่ การศึกษายิงจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อ การตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยง ของผู้ใช้บริการ ด้านการ ส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน .....	76
4-37 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบการศึกษายิงจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยง ของผู้ใช้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา .....	77
4-38 การเปรียบเทียบรายคู่ การศึกษายิงจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการ ตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงของผู้ใช้บริการ ด้านภาพรวม จำแนก ตามระดับการศึกษา .....	78
4-39 การเปรียบเทียบรายคู่ การศึกษายิงจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงของผู้ใช้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษา .....	79
4-40 การเปรียบเทียบรายคู่ การศึกษายิงจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงของผู้ใช้บริการ ด้านบริการ จำแนกตามระดับการศึกษา .....	80
4-41 การเปรียบเทียบรายคู่ การศึกษายิงจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงของผู้ใช้บริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามระดับการศึกษา .....	81
4-42 การเปรียบเทียบรายคู่ การศึกษายิงจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงของผู้ใช้บริการ ด้านบุคลากร จำแนกตามระดับการศึกษา .....	82

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4-43 การเปรียบเทียบรายคู่ การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยง ของผู้ใช้บริการ ด้านกระบวนการจำแนกตามระดับการศึกษา .....	83
4-44 การเปรียบเทียบรายคู่ การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงของ ผู้ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพจำแนกตามระดับการศึกษา .....	84

มหาวิทยาลัยบูรพา  
Burapha University